



CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA – UniCEUB  
FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – FASA  
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL  
HABILITAÇÃO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA  
DISCIPLINA: MONOGRAFIA  
PROFESSOR ORIENTADOR: ALEXANDRE RIBEIRO  
ÁREA: PUBLICIDADE E PROPAGANDA

# O Design Gráfico Editorial dos Anos 60

Everton Henrique da Silva Rodrigues

2036645/8

Brasília, Maio de 2007

**Rodrigues, Everton Henrique da Silva**  
**O Design Gráfico Editorial dos Anos 60**  
**Everton Henrique da Silva Rodrigues**  
**Brasília, 2007**

**Monografia apresentada no Centro Universitário de Brasília – UniCEUB**  
**Para a obtenção da graduação de bacharel em Comunicação Social,**  
**habilitação em Propaganda e Publicidade.**

**Orientador: Prof. Alexandre Ribeiro**

**1. Design. 2. Anos 60. 3. O Design Gráfico Editorial dos Anos 60**

Everton Henrique da Silva Rodrigues

**O Design Gráfico Editorial dos Anos 60 e a sua  
Contribuição para a Atualidade**

Trabalho apresentado à Faculdade  
Comunicação Social, como requisito  
parcial para a obtenção ao grau de  
Bacharel em Publicidade e  
Propaganda do UniCEUB – Centro  
Universitário de Brasília

Banca Examinadora

---

Prof. Alexandre Ribeiro  
Orientador

---

Prof. Bruno Nalon  
Examinador

---

Prof. André Ramos  
Examinador

Brasília, Maio de 2007

## **Dedicatória**

Mando a dedicatória deste trabalho  
aos meus amigos e parentes  
que me apoiaram nesse período  
de provação, conquistando mais  
uma fase da vida

## **Agradecimentos**

Agradeço a minha mãe, pela força e apoio de sempre continuar em frente não importando as dificuldades que a vida nos traz, A todos os Professores com os quais tive o prazer de cursar a faculdade. E ao Professor Alexandre, por sua ajuda e orientação para o desenvolvimento deste trabalho.

## **Resumo**

Através da história, fatos e eventos dos quais não possuímos pleno conhecimento, de algum modo afetaram a maneira de como agimos ou pensamos no presente. Nos anos 60, período marcante para a história brasileira, onde ocorreram inovações no campo das artes, da música e em diversas vertentes também segue essa linha de pensamento. Surgindo assim uma grande contribuição para a sociedade moderna. Herdamos alguns pontos desse período de inovações, fatores que não desapareceram com o tempo, mas que foram assimilados ou adaptados de alguma forma, mesmo sem manter a sua forma original, mas ainda presentes. Neste trabalho é feita a análise de dois trabalhos gráficos surgidos na década de 60, fazendo um contraponto com duas revistas atuais, similares em algumas características. É notamos que algumas peculiaridades se mantiveram, mesmo com a padronização de normas existentes em qualquer trabalho ou conceito concebido na atualidade do século XXI. O design, como responsável tanto pela concepção quanto pela técnica é o ofício principal a ter grande influência na produção do material impresso das edições das revistas analisadas nesse trabalho. São ilustrados alguns pontos da história assim como uma explicação do que vem a representar o termo design, palavra essa com uma grande gama de concepções e conceitos.

# Sumário

1 Introdução .....	8
1.1 Metodologia.....	9
1.2 Limitação .....	9
2 Referencial .....	10
2.1 Design .....	10
2.1.1 Design Gráfico .....	12
2.2 Anos 60 .....	13
2.2.1 Design Gráfico dos Anos 60 .....	15
2.3 Design Editorial .....	18
2.3.1 Design Editorial dos Anos 60 .....	19
2.3.1.1 Senhor .....	21
2.3.1.2 Realidade.....	27
2.3.2 Design Editorial da Atualidade .....	30
2.3.2.1 Piauí .....	31
2.3.2.2 Época .....	35
3 Discussão e Análise dos Resultados .....	37
4 Conclusão .....	40
5 Referências Bibliográficas .....	41

## 1 Introdução

Na atualidade existe uma grande demonstração de criatividade e inovações dentro da publicidade tanto na parte escrita quando na visual, estas cada vez mais ousadas nas suas formas e mensagens. Examinando de modo mais detalhado, as peças editoriais modernas como as revistas Piauí e Época, são perceptíveis às influências e características herdadas da década de 60. Características presentes em revistas chamadas de vanguardistas da época, neste caso das revistas Senhor e Realidade, cada uma sobre um cunho editorial diferente, mas nem por isso menos marcante tanto na sua apresentação visual como em seu conteúdo impresso.

Começamos a comprovar e justificar o ressurgimento das raízes, ou seja, entende-se que alguns trabalhos de campanhas publicitárias, revistas e cartazes estão demonstrando curiosos projetos visuais saindo do habitual, mas que exibem referências dos períodos das décadas de 50 a 70, mais precisamente nos anos 60 e onde se encontram os traços mais fortes e marcantes desse novo processo criativo presente no design gráfico atual. Com o objetivo de ressaltar a análise dos exemplos apresentados, podemos entender que existem traços de produções gráficas com mais de 40 anos presentes em trabalhos atuais chamados de modernos, provando assim que existe um modelo de referência mesmo que involuntário para o que é produzido nos dias de hoje e que tiveram suas origens há tantos anos.



## **1.1 Metodologia**

Neste trabalho está a análise de dois projetos e conceitos visuais construídos a mais de 40 anos, mas que continuam atuais, sendo modelos de referência em se tratando de design, conceito e conteúdo para a atualidade, sendo assim, foram analisadas duas peças da década de 60 com duas da atualidade. Relacionando suas características, sendo realizado por meio do método descritivo, analisando o design editorial como imagem, construção gráfica e os recursos disponíveis para a produção do material estudado, recorrendo também à coleta de material bibliográfico para auxiliar o trabalho de análise das peças impressas.

## **1.2 Limitações**

A análise foi realizada utilizando somente duas peças dos anos 60 e mais duas da atualidade, quando poderia ter sido dado mais exemplos tanto dos anos 60 quanto da atualidade. Na relação dos dados, o resultado poderia ter sido feito a partir de critérios técnicos mais exatos, mas foi abordado somente o que faz referência ao modo da linguagem, demonstrando ser apenas uma análise mais estética. Falta um maior detalhamento e aprofundamento da cultura em geral da década de 60, seus aspectos culturais e influências mais aprofundadas, se limitando apenas aos dados referentes do assunto de design editorial gráfico desse período.

## **2. Referencial**

### **2.1 Design**

Design é uma atividade com ampla quantidade de definições, que pode agregar muitas especializações, entre as quais podemos citar o design gráfico, design de moda e o design de produtos, sem uma regra ou norma que os defina por completo, já que podem ser trabalhadas em conjunto quando necessário sem qualquer perda de qualidade, somente ganhando com o que cada especialização tem a oferecer agregando mais qualidade e personalidade a um projeto de trabalho.

Podemos perceber que as deficiências encontradas com o termo design na prática profissional estão relacionadas principalmente com a falta de definição do que realmente vem a ser um design já, que também pode ser discutido mediante a existente entre a formação acadêmica e a realidade no mercado de trabalho. “O Design é uma linguagem. Linguagem nova que, assim como o cinema e a da fotografia, surgiu com a indústria e a revolução por ela acarretada e que, como ambas, pressupõem a multiplicação de um original através da reprodução de matrizes”. (Escorel, 2000).

O design como qualquer linguagem, nesta concepção, define seu perfil com base em duas interferências, o caráter contextual e o caráter pessoal. Do lado contextual, notamos que se apresenta pelas interferências de aspectos sociais, culturais e políticos e a partir desses fatores se forma uma concepção de análise. Já no lado de caráter pessoal, notamos como o indivíduo, profissional designer, enxerga e lida com os aspectos da sociedade a qual pertence no presente momento, levando em conta toda a bagagem e conhecimento do profissional, assim como o fator de personalidade é de como ele enxerga e encara o mundo ao seu redor.

Podemos encará-lo também como sendo uma força na qual se concentra o esforço criativo relacionado a todo tipo de figuras, objetos ou situações na sua maneira mais simples e indiferente. A imagem, representação ou condição se originam do significado e do valor dos signos/símbolos, de associações feitas a partir de referências culturais históricas, um excelente meio para o designer, profissional que busca mostrar a sua visão através da soma de expressões, para que dessa maneira possa transmitir uma mensagem.

No design, sua própria denominação exhibe muitas vertentes e o conceito

dessa palavra se alterou com o tempo, acompanhando o desenvolvimento tecnológico na produção do homem e da revolução industrial que foi o impulso inicial do termo. Passa a ser ligado com a modernidade, resultado da união entre estética e tecnologia, o então design passa a ser entendido como concepção e planejamento é não apenas uma execução de produção humana, o foco inicial do design moderno se inicia com a Bauhaus em 1919, mesclando os aspectos; intelectual; prático e comercial.

Essa mudança de pensamento teve continuidade com a nova Bauhaus, desenvolvendo uma nova linguagem simplificada e simbólica do designer, sendo muito influente, acabando por se tornar a motivação da época. Ligia Canongia cita que “a experiência de escolas alemãs como a Bauhaus e de Ulm foi essencial para estabelecer o nexos político do projeto construtivo, levando o senso da forma para outros campos da vida urbana” (Canongia, 2005).

Durante 1937 a 1953, ocorreu uma grande evolução, a união do design com a prática nos métodos de produção industrial “responsável ora pelo próprio projeto do produto, ora pelo projeto de sua identidade visual, o designer começa a atuar na gênese do processo, definido os físicos e os significados que lhe darão sustentação no mercado”. (Escorel, 2006).

Infelizmente uma das tendências surgidas junto com a procura do serviço do design foi justamente a desinformação que estava presente em volta da profissão e somente uma minoria conhecia a significação da palavra. No Brasil, como consequência, ocorreram problemas significativos para uma melhor aceitação e entendimento dessa profissão, pois ainda existia uma resistência à nova informação e o apego aos padrões já pré-definidos, somando-se a isso o receio sobre as novas maneiras de enxergar e representar uma determinada idéia.

Como consequência deste fato, todo pedido de trabalho era acompanhado por recomendações sobre qual modelo seguir, demonstrando o do por que do aparecimento dos vícios culturais das pessoas contratantes, assim como a falta de confiança na capacidade de leitura do público a quem se dirigia o trabalho final do artista.

### 2.1.1 Design Gráfico

Design Gráfico é um ramo ou especialização do que vem a ser design em seu ofício, por definição é alguém que realiza projetos gráficos com a preparação de um projeto e layout, trazendo uma solução para o problema do cliente. O design gráfico faz o papel de ponte de ligação entre o estágio da concepção e da fabricação e manuseio do produto. Os movimentos culturais surgidos nos anos 50 contribuíram em muito para o crescimento e desenvolvimento dos profissionais desse ramo.

O design gráfico brasileiro tem o seu lugar na história, exibido por poucos, porém ainda sem possuir uma identidade própria. No Brasil, ofício o qual não foi absorvido nem como parte de manifestações culturais nem como ferramenta de concepção e projeto. O medo e receio de informação nova serviu como base para a resistência da aceitação dessa nova forma, característica essa ainda herdada do período colonialista. Todo o produto que se destaca além de suas qualidades já intrínsecas, tem a qualidade de chamar a atenção e propor para o público uma imagem sedutora de venda do produto, serviço ou marca, construído para se destacar de seus similares ou não.

César Francisco Ciacco comenta que “por meio do design podemos unir cidadãos, beneficiar comunidades, fazer crescer o país. Ele é a ponte entre a pesquisa básica e a inovação. O design realiza isso transformando as descobertas em produto pronto para ser consumido, desde, por exemplo, a mudança nas fibras de um tecido que não precisa ser passado a ferro, até a criação de um arrojado modelo de carro” (Ciacco, 2002). Investir em design significa investir em desenvolvimento e tecnologia, melhorando a qualidade de vida tanto material quanto da identidade cultural da sociedade brasileira.

Esta sem sombra de dúvidas é uma das atividades que tem amontoado uma enorme quantidade de definições, sem que nenhuma delas estivesse correta em todos os seus sentidos e definições. É possível perceber nas concepções existentes dos autores pesquisados que existe um ponto em comum, o tempo define quem é e como será a concepção na personalidade do design, um fator fundamental para as influências a que se pode estar sujeito, sempre em constante metamorfose.

## **2.2. Anos 60**

O Brasil passou por diversas turbulências no período que cobre os anos 60, na história nacional visualizamos diversos manifestos populares. A música brasileira seguiu todas as transformações culturais com o fortalecendo da bossa nova e com programas como os “Festivais de Música Brasileira”, da TV Record. Diversos compositores como Gilberto Gil, Chico Buarque, Caetano Veloso e Heraldo do Monte criaram letras de cunho social para retratar as mutações vividas durante os anos 60. Graças à censura estabelecida pela ditadura presente na época, diversos compositores que não faziam parte de movimentos sociais passaram a basear as suas canções com alicerce no cunho social, desafiando a repressão sofrida durante esse período.

Vindos de fora, graças a grande exposição nos cinemas e gravadoras, os astros americanos do rock também ajudaram o nascimento do rock nacional, com a enorme divulgação na mídia do período dos anos 60. Carlos Imperial, radialista e compositor foi uma figura importante para o rock nacional, foi criador do Clube do Rock em 1958, no Rio de Janeiro, foi nesse clube que grandes nomes da música brasileira como Roberto Carlos e Erasmo Carlos tiveram seu início de carreira.

Logo depois, o público que era fã do rock, teve o seu espaço conquistado com uma programação mais específica voltada para o seu gosto. O programa da Jovem Guarda foi o principal programa voltado para esse público, com a presença de Roberto Carlos, Erasmo Carlos e Vanderléia, fazendo sua estréia em 1965, na TV Record conseguindo ser um grande sucesso no decorrer de vários anos.

E possível dividir a década de 60 em três etapas musicais, a bossa nova, as músicas sociais dos festivais e o rock da Jovem Guarda, mas logicamente não eram as únicas vertentes musicais brasileiras, ritmos clássicos brasileiros como o carnaval, o samba e as músicas tradicionais ainda tiveram o seu lugar, porém com uma exposição menor.

Com a influência da Jovem Guarda e dos Beatles, surge o Tropicalismo em 1967, Caetano Veloso é um dos principais nomes dessa vertente, sendo acompanhado por nomes como Gilberto Gil, Rogério Duprat e outros. Esse movimento estimulou a universalização da música nacional, usando inclusive guitarras elétricas, que eram consideradas ofensivas pelos mais tradicionais, conquistando e assimilando os mais diversos gêneros da música como o samba,

bolero e o rock.

A Tropicália que surgiu de uma acomodação concebida pelo artista plástico Hélio Oiticica no Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro, foi marco para o início de mudanças drásticas na cultura nacional, não se prendendo somente ao campo da música, mas também nas artes, cinema e teatro, com filamentos que se estendiam até a televisão e o design.

Na vertente das artes, o modernismo foi o movimento base da artística dos anos 60 e teve como marco para os anos de experimentação que se seguiram a estreia do Instituto de Arte contemporânea do Museu de Artes de São Paulo (MASP) no ano de 1951 e a solene inauguração da Escola Superior de Desenho Industrial (Esdi) em 1963, que marcam alterações base para os moldes existentes. Aparece então não o design, mas sim o entendimento e a consciência do seu conceito, profissão e ideologia.

O papel exercido pelas escolas e movimentos foi muito importante, ocorre uma busca de conhecimento e a Pop Art e um dos movimentos presentes na década de 60 que traz influência no design. Com o uso de cores predominantemente vivas, tons pastéis e cores neutras envelhecidas. Uma mistura de várias cores, se destacando um uso maior das cores neutras, ou da falta de cor como também era conhecida. A natureza e a cidade com o clima urbano fazendo conjunto feliz e alegre nesse período.

Historiadores podem considerar a aplicação do que vem a ser um design um engano ou no menor dos casos uma questão equivocada, se apresentada anteriormente a essa época. Mas se observarmos como a história encara o design, o debate sem fim sobre aplicações do termo pode se mostrar menos interessantes do que as disputas a fim de definir o mesmo, notam que o problema mesmo em afirmar o começo do design no Brasil em meados de 1960, está na recusa em aceitar o que se antecedeu também como design. É evidente de que existiam diversas atividades que demandam um alto grau de sofisticação tecnológica como também, preparo e planejamento de projeto assim como detalhamentos de altíssimo nível.

Assim então o Design na história brasileira surge de várias vertentes metodológicas, se baseando na história social, inclinada para a produção, circulação e recepção de bens de consumo, ou seja, nascendo na fase mais ativa da era industrial, com uma contribuição valiosa nos projetos e trabalhos no tempo da industrialização brasileira. Durante a quebra da relação social que ocorre na década

de 60, observamos os seus vários atributos de conquistas, que provaram não serem unicamente obras atuais e contemporâneas, mas sim experimentos que voltavam na história com a questão clássica, o que foi construtivo nas classificações e no que é revelado com o apego ao passado e sua influência, não levando em conta os vícios adotados mais tarde por força do mercado.

Sem esquecer as diferenças naturais existentes, o apego sobre o clássico não é deixado de lado, criando a maneira produtiva e fértil de um novo conceito ou concepção com o presente, fazendo da referencia anterior um ponto positivo, mantendo-a também como parte de uma nova obra. Não se resumindo apenas aos meios de concepção visual, mas se aventurando com experiências de natureza sensorial, somando áreas distintas de nossa cultura, tudo isso há mais de 40 anos, numa época em que ocorreu uma explosão criativa cultural.

No Brasil, a década de 60 foi marco inicial para finalmente determinar a arte brasileira, dando assim um pulo para a conquista da modernidade tão teorizada e pouco praticada nas décadas anteriores. Durante os anos 60 foi presenciada a mudança do mundo através da revolução, as rupturas estavam presentes em toda ordem de conhecimento humano, político, social, artístico e científico.

A fotografia se espalhou imensamente se tornando em alguns casos símbolos do período, o astronauta Yuri Gagarin com sua frase; “A terra é azul”, a vida dentro de um útero materno retratada pela primeira vez e a famosa frase de Neil Armstrong; “Pequeno passo para um homem, grande passo para a humanidade”. Essa época não foi marcada apenas de conquistas, contingências da história social também se tornaram símbolos que ficariam guardados na memória da época com repercussões nas décadas seguintes, o guerrilheiro Che Guevara, as manifestações estudantis de 1968 e a Guerra do Vietnã foram alguns exemplos não muito felizes, que nos foram deixados, um legado na história da humanidade.

### **2.2.1 Design Gráfico dos Anos 60**

Nos anos 60 surgem revelações contrárias ao racionalismo ditado pelos preceitos de algumas escolas tradicionais como as de Ulm, entre elas a influência da Pop Art, essa que foi vivida como uma explosão de juventude em todos os seus aspectos, a arte brasileira dos anos 60 envolveu sua arte pop com um amor explícito, cercado de experiências vividas, com muitas críticas. Era a vez dos jovens

influenciados pelas idéias de liberdade como a do "Carrão na Contramão", idéia essa surgida durante o período da jovem guarda, da chamada geração rebelde, que começava a se opor à sociedade de consumo vigente.

O movimento Pop Art, que nos anos 50 vivia recluso em bares nos EUA, passou a caminhar pelas ruas nos anos 60, influenciando novas mudanças de comportamento do jovem no Brasil, principalmente devido a Jovem Guarda como a contracultura e o pacifismo do final da década. Mudanças drásticas fizeram parte do Design ao longo da década, contribuição do pop é o modernismo continuava o seu trajeto, ocorre um sucesso dos cartazes do tipo "psicodélicos", provando que a máxima modernista do "menos e mais" nem sempre é a melhor opção.

O design adquiriu força e importância no mercado gráfico do Brasil. Durante os anos 50, o país deu um grande salto na sua industrialização, às embalagens na época, cuja única função era os de proteger o seu conteúdo, foram adquirindo forma e cores diferentes, ganhando um papel na hora de persuadir o consumidor na hora da compra. "O design estava dentro da indústria gráfica, interferindo e ordenando a informação" (Camargo, 2003).

Existem influências externas tanto da Europa quanto dos Estados Unidos nas técnicas e do movimento modernista absorvido no Brasil. Segundo Ana Luisa Escorel "arriscando um certo exagero, diríamos que o design gráfico brasileiro jamais alcançou mártir próprio. Desde que a atividade passou a ser praticada regularmente no país, há cerca de trinta anos, vem sofrendo influências que a marcaram profundamente e que vêm se sucedendo no tempo" (Escorel, 2000).

As Revistas durante os anos 50 movimentaram um grande mercado, seu segmento mais movimentado era voltado para o público feminino em especial por causa do aparecimento das fotonovelas, causando uma febre, que fez com que as tiragens atingissem níveis recordes para a época. Os cartazes eram produzidos em ritmo massificado, dia-a-dia, se caracterizavam pelas pobres condições de produção e pela falta de identificação do autor, esse fator se deve a semi-clandestinidade é a uma autoria coletiva, onde a arte era fruto do trabalho de diversas pessoas como expressão pertencente ao coletivo e não de caráter individual. "O sonho de uma sociedade igualitária manifestava-se, portanto, nas próprias condições de produção do design" (Melo, 2006).

Nesse cenário, a transformação do pensamento passa a ser radical, começamos a desenvolver a memória de nossa história como ferramenta criativa.



Era o fim da moda única, que passou a ter várias propostas e a forma de se vestir se tornava cada vez mais ligada ao comportamento. Levamos tempo para identificar em nossa origem cultural, as artes e a criatividade como fonte de entusiasmo e diferencial mercadológico, foi durante os anos de 1960 que o Design brasileiro começou a ter um papel ativo na indústria. Para Mario Camargo “Formaram-se aí alguns designers e programadores visuais que passariam a influir na produção gráfica brasileira que se industrializava.” (Camargo, 2003).

Como consequência, ao longo desse período, a linguagem visual passou a ditar as regras. O design era um excelente meio para medir a receptividade da sociedade em relação à mudança na linguagem publicitária, isso por que gerou um embate com a língua e sua manifestação concreta. Assumindo assim as características de seu tempo, surgindo de acordo com o seu idealizador.

Nas artes, foram anos agitados, apimentados pela censura e por uma vontade frenética de criar. Devido ao problema de liberdade de expressão, o jornal foi à ferramenta de comunicação que mais teve problemas, mas nada que impedisse o surgimento de jornais como *O Jornal da Tarde*, que revolucionou o projeto gráfico dos jornais até então e o *Pasquim* que mesmo não mostrando uma revolução em nenhum campo do design em sua concepção, teve uma grande contribuição feita em nome do jornalismo impresso da sua época.

Por fim, a arte visual teve uma produção fértil, como consequência da arte construtivista da década anterior, mostrando um bom rendimento para o design. Surgindo assim uma nova geração de artistas que retomaram o simbólico, adotando a Pop Art como referência muito próxima do design. Dessa leva de artistas, muitos atuaram nas vertentes tanto do design como das artes e alguns foram além: Carlos Scliar e Glauco Rodrigues, responsáveis pelo projeto visual da revista *Senhor*, são alguns exemplos que extrapolaram a arte e o design no seu trabalho.

## 2.3 Design Editorial

É uma segmentação do que vem a ser um design gráfico, mas voltado tanto para a produção editorial digital quanto para a impressa, o seu meio mais comumente apresentado e por meio de jornais, revistas, folhetins e qualquer outro meio aonde se possa observar um conjunto de informações dispostas de maneira concisa e ordenada a fim de passar alguma informação sendo essa de qualquer tipo. Milton Ribeiro nos fala que “ao se projetar uma revista, deve-se ter em mente que o valor de uma obra gráfica, tal como em qualquer obra artística, esta em sua originalidade”. (Ribeiro, 2003).

A revista possui a mesma natureza informativa de um jornal, mas focada em determinado tipo de notícia mais fechados que o jornal, com matérias de nível tanto nacional quanto internacional. A capa atua como o primeiro elemento de atração para o público que é o de identificar, despertar a atenção e recomendar a notícia, como o primeiro elemento de fascínio e avaliação para o possível leitor, usando frequentemente a foto em toda a capa ou de um desenho, caricatura ou ilustração de uma pessoa ou situação inusitada que esteja ocorrendo ou que ocorreu durante a semana, com o título da matéria principal disposto sobre a imagem.

A revista é muitas vezes adquirida por que a capa retrata justamente o que está em evidência para o público, elevando a curiosidade de saber mais sobre o assunto que está na moda durante aquela semana. A imagem em uma revista tem por regra uma grande importância. Em seu interior, a sua paginação é feita de maneira a procurar a melhor solução para o texto e muitas vezes o redator tem de indicar ao diagramador o tamanho do texto e o comprimento do título, sendo utilizados também textos destacados, referências introdutórias e outros recursos de paginação para facilitar a leitura no sentido diagonal da revista.

A publicidade já começa no verso da capa e contra capa do material impresso. Presente em sua primeira página normalmente se encontra o sumário e ficha técnica da revista. Os títulos são corridos e sua numeração pode ser usada como um elemento gráfico adicional mais sofisticado. As matérias tem uma ordem seqüencial, onde cada uma ocupa uma página específica, ordenada e sequencialmente apresentada. As revistas, Piauí e Época, são exemplos das características apresentadas na atualidade.

### 2.3.1 Design Editorial dos Anos 60

A revista é um artigo importante na história cultural brasileira. Antecedendo a década de 60, a revista *O Cruzeiro* se encontra como a de maior importância referencial, fundou a base para a opinião pública, abordando os mais diversos assuntos, desde os mais corriqueiros sobre o comportamento até o quadro político nacional. As capas, na sua maioria, mostravam modelos, atrizes e mulheres atraentes. As capas de cunho político eram raras, mas nessas exceções apareceram figuras de nossa história política como Getúlio Vargas, JK, João Goulart e Jânio Quadros.

Não tardou para que surgissem concorrentes como a *Manchete* e logo depois a revista *Fatos e Fotos*, porém foram nas páginas de *Cruzeiro* que a fotografia começou a ganhar destaque, sendo essa a revista que mais tempo ficou em circulação na história gráfica brasileira, nada menos do que 47 anos, com a sua primeira edição, nascida em 1928 e editada ininterruptamente de 1943 até 1975, ano de sua última edição com *Péle* na capa.

O destaque e a importância antes reservada apenas ao texto foi passada a imagem. A evolução direta veio logo depois com as revistas *Senhor e Realidade*, mostrando a interação entre imagem e texto, com esses projetos foi destacado o mérito merecido do profissional na Direção de Arte. Na década de 50 surge a fotonovela para o público feminino, como consequência direta do grande público feminino, o sucesso era refletido na tiragem que chegava a casa dos 500 mil exemplares. A fotonovela acabou por desempenhar o papel de passagem da então dominante rádio novela para a principiante telenovela, atual ganhadora de audiência do horário nobre na televisão brasileira.

Chico Homem de Melo fala que “no tocante à temática, a fotonovela é descendente longínqua dos folhetins do século XIX e parente próxima da radionovela. No tocante à linguagem gráfica, ela é fruto da fusão do teatro com a fotografia e a história em quadrinhos”. Isso tudo em um período no qual a TV ainda engatinhava e tinha o seu público, já pequeno e ainda mais reduzido devido ao seu alto custo.

Na década de 60 surgem novas revistas fragmentando o mercado, os temas abortados são para o público das massas, mostrando temas como futebol, carros, mulher e televisão. Presentes ao lado desse mercado estavam presentes às revistas

de cunho cultural dissertando sobre ciências humanas, literatura e arquitetura. O baixo orçamento era a principal característica de todas as revistas de vanguarda e é nesse panorama que as revistas Senhor e Realidade demonstram destaque. Senhor e Realidade são até hoje, exemplos de projetos que apresentam inovação gráfica e editorial.

A revista Senhor que foi uma das vanguardistas do período dos anos 50 para os 60, mostrava em suas capas o modo de ser do leitor de Senhor, novidade para a época buscando um envolvimento com o seu público, produzidas por Carlos Scliar e Glauco Rodrigues, ambos artistas plásticos. Mostrou arte e design unidos com sucesso sem afetar a leitura dos artigos, mas sim mostrando envolvimento e interação com os mesmos. Nas palavras de Carlos Scliar, que junto com Glauco Rodrigues idealizou a revista “tentarei definir: desejávamos que fosse uma revista de cultura, mas sem forçar; teria que ser de alto nível, mas que fosse digerida por um público novo que teríamos que encontrar ou formar. Na minha parte, com minha equipe, buscaríamos fazer uma revista que fosse palatável, exigente, moleque, séria, agradável e bonita” (ver Visão, Scliar, 1989).

Não eram revistas voltadas para um determinado público especializado ou menos agraciado intelectualmente, eram projetos feitos sob o cunho de sobrevivência comercial apesar do grande talento gráfico visual demonstrado em suas páginas. Introduziram novidades e ao mesmo tempo se complementaram com modo de vida da época. As revistas Realidade e Senhor são exemplos de inovação gráfica e editorial, com projetos impressionantes para o design atual se levarmos em consideração a idade do surgimento de seus projetos, esses que introduziram novidade e ao mesmo tempo demonstraram adaptação e complemento com o modo de vida da época.

### 2.3.1.1 Senhor

Revista Carioca, com enfoque na cultura, demonstrando no seu projeto gráfico grande apego na ilustração e nas artes plásticas. O seu layout se deve graças a Carlos Scliar e a Glauco Rodrigues, ambos os artistas com o cunho voltado para a pintura e o desenho. Foi idealizada como uma revista de cultura com seus fundamentos baseados na literatura apresentavam uma pose comportamental sóbria e moderna para o seu tempo. Os principais autores nacionais passaram por suas páginas. Alguns de seus objetivos eram o de formar e conquistar um novo público com um material de fácil compreensão e qualidade. Carlos Scliar foi convidado principalmente devido ao fato de que se desejava uma mescla visual entre texto e arte para a revista, auxiliado desde o seu início por Rodrigues e por um desenhista da revista O Cruzeiro, o carioca Jaguar.



Foto 01 Capas Revista Senhor. Fonte: (O Design Gráfico Brasileiro, Chico Homem de Melo).



Presente em quase todas as capas da revista estava à ilustração, cada uma como uma obra e arte na sua concepção total. Capas exclusivamente tipografias só aparecem em 3 edições e mesmo assim usadas de maneira pouco tradicional e inovadora, sem obedecer inclusive o sentido da leitura, horizontal ou não. Já a fotografia fez sua aparição em apenas uma capa, mas também não sem sofrer uma alteração artística, sendo utilizada como fotogravura.

Mesmo com sua base na pintura e ilustração, as capas apresentadas em Senhor não são repetitivas, devido ao amplo conhecimento dos produtores “designers artistas”, diferentes métodos e técnicas são explorados. As capas não estavam presas ao assunto da revista propriamente dito, demonstravam mais o jeito de ser do leitor da revista e impondo aí um perfil de leitor, daí mais um incentivo criativo sem ficar preso a um tema. A linguagem visual presente em Senhor nasce do amalgamado do design com as artes plásticas, uma mistura que gerou muita inovação, quebrando os padrões existentes na época. Em seu interior, Senhor exibe como é possível combinar uma unidade visual com variedade sem obedecer a um layout já pré-definido como é feito nas revistas atuais, seguindo uma estrutura de diagramação padrão na quais todos os elementos se encaixam como em um quebra-cabeça enumerado.



Foto 02 Interior da revista Senhor. Fonte: (O Design Gráfico Brasileiro, Chico Homem de Melo).







A falta dessa norma padronizadora foi um dos fatores que influenciou o interior estimulante da revista, mas ainda assim existiam normas que eram seguidas para a sua produção, cada particularidade da matéria em questão era levada em conta, toda a arte, produzida para as páginas de um artigo era feita levando a matéria em questão como tema, as páginas eram projetadas independentemente uma da outra em seus assuntos, característica essa presente apenas em uma revista feita artesanalmente, sem possibilidade de ser produzida em escala industrial.



Foto 04 Interior da revista *Senhor*. Fonte: (O Design Gráfico Brasileiro, Chico Homem de Melo).



No seu interior os desenhos fazem à composição das páginas, a ilustração se mistura perfeitamente com o design e a linguagem visual mostra sempre uma natureza diferente da outra. A tipografia como figura de ilustração e amplamente usada, indicando a flexibilidade dos padrões usados em *Senhor*. Outra característica é a de que mesmo sendo uma revista ilustrativa, não deixava de usar a fotografia, porém manipulada a quase parecer uma pintura sem deixar de valorizar o olhar artístico do fotógrafo.

No tocante do trabalho gráfico, suas páginas demonstram mais uma vez a quebra de padrões da época. Papel mais encorpado e fosco, sendo impressa quase sempre em uma única cor, mas contendo em seu interior poucas são as páginas coloridas, mas sempre utilizadas com maestria artística na sua composição. “Para sintetizar o efeito visual, poderíamos dizer que *Senhor* é uma revista colorida impressa em uma cor” (Melo, 2006).



Foto 05 Interior da revista *Senhor*. Fonte: (O Design Gráfico Brasileiro, Chico Homem de Melo).

As propagandas também estavam presentes nas páginas de *Senhor*, como o seu material já diferente, as propagandas em si também eram incomuns, produzidas quase sempre pela equipe da própria revista. Usavam as características das fotonovelas da época, com o espaço já delimitado pelos produtores da revista em seu começo e fim, assim dando maior liberdade para o desenvolvimento do material impresso em *Senhor*.

“O grande momento de *Senhor* ocorre quando imagem, texto e diagrama combinam-se de tal modo que cada um desses aspectos está inapelavelmente relacionado aos outros dois. Mais ainda: quando a ilustração no contexto da página. O design alimenta e é alimentado por outras linguagens. Em *Senhor*, ocorreu uma simbiose entre as linguagens das artes plásticas e do design. As duas saíram ganhando com isso.” (Melo, 2006).

### 2.3.1.2 Realidade

A revista *Realidade* exibiu a sua contribuição ao Design através da linguagem fotográfica muito bem resolvida em suas páginas. De tiragem mensal, havia tempo para reportagens maduras e marcantes, exibindo uma nova linha de jornalismo, modificando a linha técnica jornalística da época para o que conhecemos hoje. Sua principal característica foi apresentada pelo jornalismo em primeira pessoa de temas considerados difíceis em sua editoração, o maior exemplo dessa peculiaridade na época estava presente na reportagem de José Hamílton Ribeiro, que foi ao Vietnã, cobrir os fatos da guerra.



Foto 06 Capas da revista *Realidade*. Fonte: (*O Design Gráfico Brasileiro*, Chico Homem de Melo).





Foto 07 Interior da revista *Realidade* aonde fica retratado a foto do jornalista Hamilton Ribeiro no Vietnã após o acidente. Fonte: (*O Design Gráfico Brasileiro*, Chico Homem de Melo).

“Hamilton era um dos destaques daquele time de craques. A Guerra do Vietnã estava no auge, assim como as manifestações contra ela. Populações eram dizimadas, o horror imperava em território devastado. Hamilton vai até lá para ver o conflito pelo lado de dentro.

Após permanecer duas semanas no país, no último dia antes do retorno, ao seguir o destacamento militar norte-americano ao qual estava integrado, pisa numa mina escondida no terreno recém atravessado pelo grupo à sua frente. Após um momento inicial de aturdimento, toma consciência de que sua perna esquerda está em frangalhos”. (Melo, 2006). Sua reportagem estava estampada nas páginas da revista dois meses depois, narrada pôr ele próprio.

“Na capa ele aparece ensangüentado, sendo socorrido momentos depois do acidente. Na matéria *“Eu estive na guerra”*, acompanhamos a descrição do pesadelo nos hospitais militares – uma rotina de dor, morfina e desespero. No final do texto, a saída do Vietnã em cadeira de rodas, com a perna amputada pouco abaixo do joelho.” (Melo, 2006).

Muitas narrativas em primeira pessoa aconteceram nas páginas da revista, não deixando passar o detalhe de que a fotografia também acompanhava essa mesma perspectiva. “Essa é a contribuição maior de *Realidade* à história da linguagem jornalística brasileira: texto, fotografia e design a andar juntos, dividindo irmanamente a responsabilidade pela construção do discurso.” (Melo, 2006).



Foto 08 Fotos do interior da revista *Realidade*. Fonte: (O Design Gráfico Brasileiro, Chico Homem de Melo).

Em *Realidade* estavam presentes não somente fotógrafos brasileiros, ela continha uma grande gama de profissionais estrangeiros. Um ponto positivo de ser apresentado devido a esse fator e a visão que o fotógrafo estrangeiro tem do país, não desmerecendo o profissional fotógrafo brasileiro, mas certos aspectos que são comuns para o nativo podem passar despercebidos, enquanto que nos olhares estrangeiros esses ganham vida, uma novidade acrescentada de uma pitada de curiosidade. “Uma reunião de imagens publicadas nos três ou quatro primeiros anos da revista comporia um eloquente e multifacetado retrato do Brasil, um retrato cuja força talvez derive exatamente do fato de tantos dentre os fotógrafos não serem brasileiros”. (Melo, 2006).

Outra característica que serviu de herança para as publicações nos dias atuais e a interação do jornalista e fotógrafo, o foto jornalismo passa a surgir em cena, exibindo seu caráter autoral em primeira pessoa, fotografia e texto se comunicam juntas para transmitir a mensagem para o leitor. “Tal qual o profissional do texto, o fotógrafo mergulha no assunto da reportagem e emerge com um retrato

filtrado pelo seu ponto de vista”. (Melo, 2006). Em suas capas, apresenta a análise dos acontecimentos e não se prende somente aos mesmos, evitando a leitura visual direta, mas sim apresentando uma visão mais lúdica do fato.

### **2.3.2 Design Editorial da Atualidade**

Nos tempos atuais o avanço técnico com a revolução da informática trouxe rapidez e versatilidade para os processos anteriores, quase artesanais dos meios de produção de qualquer material impresso e o setor gráfico é certamente um dos campos de produção que mais obteve benefícios através das novas tecnologias. Importando equipamentos para competir com o mercado internacional e desenvolvendo paralelamente softwares criativos, absorvendo e inovando tecnologia para a indústria nacional.

Dentro desse novo contexto das linhas de produção na parte gráfica no Brasil temos meios mais eficientes e rápidos para produzir qualquer material gráfico em escala industrial em pouco tempo, atendendo uma grande demanda. Sem um aprofundamento mais detalhado podemos citar dois exemplos de revistas editadas com as técnicas editoriais dos tempos atuais que são modelos de referência em se tratando de qualidade e conteúdo, a revista *Piauí* e a revista *Época*. As duas revistas são exemplos da união do Jornalismo e da tecnologia, provando à rapidez com a qual as informações são passadas atualmente.

Como são revistas de cunho jornalístico sofrem algumas limitações impostas pelo próprio meio em que se apresenta, a fragmentação da informação apresentada como resultado muitas vezes da falta de espaço para o desenvolvimento da matéria, seguindo uma pauta já predefinida com uma grade de construção muitas vezes fixa, revelando apenas fragmentos dos assuntos abordados para o público geral, mesmo abordando de maneira mais profunda do que a televisão e o jornal, jornalistas sem contato direto com os fatos e da limitação imposta pela própria equipe editora da revista do que é pertinente ou não de ser mostrado para o leitor. Mesmo sendo as duas de cunho jornalístico, cada uma mostrando eventos de maneira singular, apesar das limitações que o jornalismo impresso sofre.



### 2.3.2.1 Piauí

Revista de estilo experimental lançada em dezembro de 2006, Piauí conta com o projeto de João Moreira Salles e o dono da Companhia das letras, Luiz Schwarcz. Tem a sua edição com periodicidade mensal, apresentando reportagens de assuntos brasileiros, com uma tiragem de 40 mil exemplares. Possui o formato do "New York Review of Books" e sua publicação é de propriedade da Videofilmes, companhia de João Moreira Salles e seu irmão Walter. Sua impressão e distribuição é feita graças a uma parceria com a editora Abril, mas sem qualquer envolvimento no que diz respeito ao seu material interno por parte da editora.



Foto 09 Capas da revista *Piauí*. Fonte: (Revistas Piauí, Junho de 2007, Outubro de 2006 ).

Traz em suas páginas grandes colaborações da imprensa nacional, juntando nomes como Ivan Lessa e Danuza Leão com gente jovem e pouco conhecida numa publicação divertida e diferente de se ler. Uma de suas características chave é a mistura de reportagens ao estilo de jornalismo literário com a presença de crônicas, representações e diários, mostrando histórias preferencialmente de caráter nacional, além de textos ficcionais. Possuindo uma boa equipe de talentos, prende a atenção do leitor com boas histórias com humor e textos interessantes.



Foto 10 Interior da revista *Piauí*. Fonte: (Revista Piauí, Junho 2007).



Não é uma revista que possui uma linha editorial totalmente definida, característica incomum as publicações do final do século XXI. Não existem editoriais nem colunas, cria-se sem restrições temáticas, com crônicas divertidas e na sua maioria interessantes, mas que não prendem muito a atenção do leitor, ficando pouco tempo guardado na memória.



Foto 11 Interior da revista *Piauí*. Fonte: (Revista Piauí, Outubro 2006).

Ou seja, uma revista que não tem editorial nem colunistas, na qual o conhecimento se põe antes da explicação, mantendo o bem estar ideológico de seus autores.



Foto 12 Interior da revista *Piauí*. Fonte: (Revista *Piauí*, Outubro 2006).

Exibindo o cruzamento entre narrativa ficcional e jornalismo, sem parecer uma revista de gênero cultural, mas sim uma publicação de reportagem, modelo este que está infelizmente ficando esquecido no mercado brasileiro.



### 2.3.2.2 Época

Também se classificando como uma das maiores revistas do país, a revista *Época* apresenta uma publicação na faixa dos 420 mil exemplares. É uma revista que tem a sua logomarca interagindo com a imagem na capa, ficando em primeiro ou segundo plano de acordo com a foto presente na capa, sem que isso atrapalhe a sua visualização, sem títulos chamativos, mas com boas chamadas para o público.



Foto 13 Capas da revista *Época*. Fonte: (de arquivo *Época* em <http://revistaepoca.globo.com>)

A capa tem a sua notícia reforçada com os boxes contendo chamadas de esclarecimento. Na sua linguagem jornalística, está presente, imparcialidade e foco na análise do tema, sem influenciar o seu leitor, indo direto ao ponto, com uma linguagem mais simples e de fácil entendimento.

Em seu interior a revista tem o seu espaço bem definido, as caixas de texto bem delimitadas e definidas assim como os boxes com gráficos informativos, ou imagens noticiando a matéria que está sendo abordada, assim como a sua grade de construção interna limpa e clara.

**Mente Aberta**  
CINEMA | MÚSICA | TV | DVDS | GAMES | INTERNET | LIVROS | TEATRO | EXPOSIÇÕES | IDÉIAS

**Idéias**

## Darwin para os cééticos e crentes

A exibição **Darwin** chega ao Brasil e agita a discussão da origem da vida que divide religiosos e cientistas

**D**izem as Escrituras que a curiosidade levou Eva ao pecado. Da mesma forma, a curiosidade conduziu Charles Darwin (1809-1882), um pacato e sempre adocorado fidalgo anglicano, a outra espécie de pecado original: a formulação de uma das mais bombásticas teorias científicas de todos os tempos, um "insight" que colocou em xeque os dogmas do cristianismo – inclusive o de Eva e da criação do homem, contado no Livro do Gênesis da Bíblia. A teoria da evolução das espécies pela seleção natural ficou famosa – e difamada – a partir de 1859, quando Darwin resolveu publicar o livro *A Origem das Espécies*. Aos 50 anos, já convertido ao ateísmo, o naturalista se sentiu preparado para assumir aquilo que ele considerava equivalente à confissão pública de um assassino: demonstrar cientificamente que todos os seres vivos não são obra divina, mas resultado de uma longa evolução, que favorece a sobrevivência dos

mais adaptados ao meio ambiente. Como era de esperar, suas teorias sofreram uma rejeição formidável. Darwin foi ridicularizado como um "descendente dos macacos". Ele próprio levou vários anos para aceitar a teoria que descartava a visão teológica. Até assumi-la, Darwin experimentou uma viagem de conhecimento e de descobertas passo a passo. Esse percurso experimental, que durou quase uma vida inteira, é o tema da exposição **DARWIN – DESCOBRIA O HOMEM E A REVOLUCIONÁRIA TEORIA QUE MUDOU O MUNDO**, que abre no Museu de Arte de São Paulo (Masp) na sexta-feira 4 e se encerra em 15 de julho. A exibição ocupa o salão principal do subsolo do museu, numa área de 1.200 metros quadrados. Com curadoria do biólogo americano Niles Eldredge, ela fez sucesso entre 2005 e 2006 no Museu de História Natural de Nova York, reativando a discussão em torno do surgimento do mundo.

**A evolução do pensamento**  
A idéia radical de que todas as espécies estão interligadas foi aprimorada ao longo da vida de Charles Darwin. Conheça os momentos de descoberta

**1816-1827**  
Ainda criança, Darwin (à esq. na foto) coleciona animais. Na faculdade de Medicina, interessa-se por História Natural e estuda a teoria de Jean-Baptiste Lamarck. Segundo ela, a girafa teria o pescoço comprido porque seus ancestrais precisaram alcançar comida por anos. Descubra que a Terra é mais antiga que os 6 mil anos que a religião afirmava

**1831**  
Patrocinado pelo pai, Darwin assume o posto de naturalista a bordo do navio Beagle. A viagem dura cinco anos

**PODE MEXER** A exposição estimula o visitante a interagir com as peças. Os esqueletos das patas dos cavalos e de seus antepassados (acima) mostram como a evolução aprimorou a pata do animal. As tartarugas-gigantes de Galápagos (abaixo) eram diferentes dependendo da ilha





## BRASIL

reformas no Brasil é antigo, mas fazê-las é politicamente complicado.

**Forbes** – Todos os países enfrentam dificuldades. Mas há muitas reformas que podem ser feitas. Uma das áreas-chave, em que o Brasil poderia fazer progresso, é a diminuição da regulamentação do governo, de modo a tornar mais fácil fazer negócios no país. Muitas empresas brasileiras se queixam de como é difícil começar um negócio – há regras, restrições e regulamentos demais. Esse é um fator importante para explicar por que os investimentos são baixos no Brasil.

**ÉPOCA** – O governo Lula lançou um plano de crescimento da economia, baseado no aumento dos investimentos públicos. Empresários criticam o governo por fazer pouco para melhorar o ambiente de negócios. A aposta do governo é errada?

**Forbes** – Seria melhor para o Brasil ter mais investimentos privados que públicos. Falta ainda clareza de como isso será pago. O Brasil precisaria dar prioridade à diminuição dos déficits orçamentários e ter menos impostos para haver mais investimentos, mais criação de negócios. Qualquer procedimento que signifique mais impostos e mais gastos públicos no Brasil me preocupa.

**ÉPOCA** – A senhora viveu na Índia e conhece muito bem a China.

**Quais são as lições do sucesso desses dois países para o Brasil?**

**Forbes** – Uma clara lição da China é a importância do capital estrangeiro, que pode trazer tremendos benefícios – não apenas dinheiro, mas tecnologia, conhecimento, empregos. Reduzir as barreiras e abrir o comércio é outra lição muito importante. A abertura comercial é extremamente difícil do ponto de vista político, pois coloca uma enorme pressão nas empresas nacionais. Mas significa importações mais baratas, benefícios diretos para os consumidores e custos menores para indivíduos e nações.

**ÉPOCA** – O que esses países fazem que devemos evitar?

**Forbes** – Uma coisa a evitar são os déficits orçamentários muito grandes da Índia. A economia da Índia já está com uma

“  
Uma das áreas-chave para o Brasil é diminuir a regulamentação do governo, de modo a tornar mais fácil fazer negócios”

inflação mais alta. Na comparação entre China e Índia, outra coisa a destacar é a importância de uma boa infraestrutura. A China tem uma infraestrutura muito melhor, enquanto a Índia não fez investimentos suficientes. Isso também começa a afetar as empresas indianas, que não podem contar com eletricidade nem boas estradas ou aeroportos.

**ÉPOCA** – Há receio de uma crise provocada por um superaquecimento da economia indiana. É um risco real?

**Forbes** – Dependendo de como você definir, sim. O governo da Índia terá de fazer algo para desacelerar seu crescimento. Quanto mais se demorar a tomar medidas, maior será de ser o ajuste necessário.

**ÉPOCA** – Em 2000, a senhora escreveu um artigo polêmico. Afirmava que o aumento da desigualdade pode ajudar o crescimento. Dá para explicar?

**Forbes** – Os números mostraram que as políticas empreendidas pelos governos para reduzir a desigualdade podem gerar uma série de benefícios, mas não necessariamente levam a um maior crescimento. Nesse artigo, usei dados de países de renda média e alta, principalmente Estados Unidos e Europa. Nos EUA, há um sistema econômico mais baseado no mercado e um ambiente de negócios que tende a gerar mais desigualdade, mas também um crescimento maior. Em países da Europa, onde há uma economia menos dirigida pelo mercado, há uma desigualdade menor, mas isso ocorre ao custo

de um crescimento econômico menor. Não afirmo que a desigualdade é uma coisa boa, mas apenas que muitas vezes a diminuição da desigualdade ocorre em detrimento do crescimento da economia e que os gestores das políticas públicas têm de pensar seriamente a respeito disso.

**ÉPOCA** – Como isso se aplica ao Brasil?

**Forbes** – As pessoas deram muito destaque à questão da desigualdade. Mais importante é a mobilidade – a capacidade de as pessoas, mesmo quando nasceram pobres, elevarem seus rendimentos e tornar-se mais ricas que seus pais, depois de ter uma educação e de trabalhar duro. O Brasil deve se preocupar em garantir que todas as pessoas tenham uma boa educação básica, de modo a aumentar a mobilidade social e dar às pessoas a possibilidade de ascender.

**ÉPOCA** – Em Davos, em 2005, a senhora disse não acreditar no crescimento da Argentina, mas ela continuou a ter melhores índices que o Brasil. Foi um erro?

**Forbes** – O desempenho da Argentina foi melhor do que eu imaginava, admito. Mas ainda não acredito que seu crescimento seja sustentável, pois, em grande parte, decorre do crescimento da economia global e dos altos preços de alguns produtos básicos. A economia argentina tem cada vez mais dificuldades, como a inflação. O governo implementou controles de preços, e isso tem provocado crises de abastecimento. Esses desequilíbrios vão crescer e afetar a Argentina mais tarde.

**ÉPOCA** – O Brasil, então, não deve invejar a Argentina?

**Forbes** – Não. O desafio fundamental para a América Latina é um desenvolvimento sustentável. Muitos países já tiveram períodos de grande crescimento, mas seguidos de crises agudas. É muito melhor ter um crescimento mais moderado, mas que continue ano após ano, que ter alguns poucos anos de crescimento acelerado e depois uma grande crise. O Brasil tem sido muito mais cuidadoso em lançar as fundações para um crescimento de muitos anos. A Argentina tem tido alguns anos de rápido crescimento, mas não acredito que isso vá durar.

Foto 14 Interior da revista Época. Fonte:(revista Época ed. 467 de 30 de abril de 2007)

Não apresenta a mesma poluição visual de outras revista atuais em se tratando de propaganda é publicidade, mas esse é um elemento que já vem aumentando, se observarmos as suas edições de 2 anos atrás em comparação com as atuais.



### 3 Discussão e Análise dos Resultados

Deve ser deixado claro que a análise desse material esta sendo feita de maneira imparcial com relação ao conteúdo textual de cada revista, sem entrar em nos méritos existentes ou não de cada revista apresentada. Sendo apenas uma análise das técnicas, linguagens e conceitos utilizados na editoração e design do material impresso presente nas páginas das mesmas, o que e abordado ou qual o ponto de vista feito por determinada revista não entra em debate no trabalho.

A velocidade da informação é uma das principais características que temos hoje do modelo editorial atual e que se comparado com o modelo surgido em meados da década de 60 garante uma grande vantagem no meio de produção. As revistas Senhor e Realidade mesmo contando com uma equipe de profissionais altamente qualificados para produzir um projeto editorial de qualidade, não contavam com a rapidez e os meios de produção modernos para produzir uma edição em larga escala como ocorre nas edições atuais.

Piauí é uma revista mensal, mas com um conjunto de crônicas e histórias provenientes de brasileiros presentes muitas vezes fora do país nas mais diversas situações, a revista Época é semanal e é justamente por essa característica a que mais demonstra uma grande diferença, não sendo exatamente uma vantagem técnica da revista em si, mas um benefício da diferença das épocas em que foram concebidas.

Os meios de produção mais eficazes que nos permitem atender a demandas gigantescas nunca antes pensadas em épocas passadas são utilizados pelas revistas Época e Piauí. Mas se observarmos com mais cuidado, essa também é uma de suas fraquezas, quanto mais rápida for à captação de informação, mais arriscada é uma abordagem menos cuidadosa, podendo às vezes deturpar um fato ou acontecimento. Justamente pela rapidez com a qual a informação surgiu, falta tempo hábil para a apuração dos fatos e fontes dessa informação. O trabalho jornalístico realizado nos anos 60 era realizado por meio de telegrafo e telefone, um trabalho mais lento, porém com um maior cuidado para apurar um fato manual e artesanal, mediando uma parte mais técnica e outra de caráter artístico.

As notícias retratadas pela revista Época estão dentro do cunho jornalístico presente na revista Realidade, que une jornalista e fotografo sempre com fotos

presentes para retratar as notícias mais importantes, porém ainda existem diferenças do uso da fotografia atual comparada com a de Realidade. A linguagem cinematográfica usada nas fotos de Realidade para descrever uma cena se perdeu e não está mais presente nas páginas das revistas atuais, pelo menos não e mais amplamente usado, o que permanece é uma grade de construção quase sempre fixa com os seus determinados tópicos e seções já fechados.

Podemos comparar a revista Piauí com a revista Senhor, já que ambas possuem características semelhantes, a editoração é feita de maneira semelhante, os textos não tem uma área delimitada fixa, como a Senhor também não possui um projeto gráfico definitivo e fechado e estão em constante interação com desenhos de tiras feitas por Jaguar, que também trabalhou em Senhor. Ambas são revistas com textos de histórias, Senhor com textos de grandes escritores da literatura brasileira e a Piauí com crônicas e textos de gente nova e ainda desconhecida, assim como alguns nomes de peso do jornalismo nacional.

Quanto ao papel, às revistas atuais fazem uso da qualidade do papel moderno. Embora o método de fabricação do papel ainda permaneça praticamente o mesmo de 40 anos atrás, hoje ele possui mais tecnologia na sua concepção. Ainda que o papel possa ser produzido com qualquer cor hoje em dia, o melhor papel para a reprodução de um trabalho gráfico ainda é o branco, quanto mais branco possível melhor. Época utiliza o mesmo papel, com qualidade similar, mas com qualidade superior ao de 40 anos atrás. A revista Realidade já contava com um papel de melhor qualidade, brilhoso, justamente para melhor retratar as fotos das suas matérias na década de 60.

Já a revista Senhor não contava com o mesmo tipo papel usado comumente nas revistas do próprio período, usava um papel mais encorpado e fosco. Dentro da revista usava-se quase sempre uma cor apenas, com poucas páginas coloridas, mas usadas de maneira plástica, que davam um toque artístico, elemento que falta no material impresso de hoje, mesmo com a facilidade de edição e produção de uma revista colorida. Piauí usa um papel similar a Senhor, mas não possui a limitação de cores desta última e a escolha do papel acaba possuindo uma grande importância para a uma boa execução de um trabalho gráfico.

Época apresenta um criterioso sistema na escolha de suas capas, se escolhendo uma foto estudando como será o efeito em conjunto com determinado plano de fundo. Como é uma revista semanal essa é uma escolha feita rapidamente,

mas com um imenso cuidado e mesmo assim e sempre preparada uma capa reserva para uma eventual virada dos fatos durante a semana, a mudança às vezes pode ocorrer quase no final do fechamento da revista, mostrando a agilidade, rapidez e preparo dos profissionais em agir rapidamente para alterar uma publicação de nível nacional.

As capas da revista Piauí demonstram um tom cômico, usando a ilustração e a caricatura em alguns casos como ponto chave na criação de suas capas.

As propagandas estão muito mais presentes nas revistas atuais do que nas revistas antigas, mas estas estão em menor quantidade na revista Época, porém tem aumentado com o tempo, ficando um ponto negativo para o layout atual, fato esse presente na revista Época, atitude que torna desagradável para o leitor que às vezes tem de procurar as notícias no meio da publicidade presente na revista.

A revista Época, no final acaba possuindo o mesmo tipo de linguagem visual de muitas revistas no mercado, se diferenciando apenas na maneira de abordar um fato ou acontecimento em frente a determinado tipo de notícia, sem uma característica gráfica que a diferencie do material comumente publicado. Diferente dos projetos da década de 60, que mesmo sendo publicações dirigidas para diferentes públicos e tinham em comum uma abordagem visual rara, uma para o lado das ilustrações e das artes, mas com um conteúdo textual rico e a outra voltada para a inovação do uso bem resolvido da fotografia com o jornalismo.

A padronização que está presente hoje e muitas vezes fria e impecável, sem um toque muitas vezes pessoal da pessoa que concebe o trabalho, diferente da ruptura surgida nos anos 60, em que projetos vanguardistas nasciam cada qual com o seu toque e personalidade próprios. Algumas características foram herdadas, o jornalismo é a fotografia, unidos em caráter pessoal e a união de texto editorial trabalhando em conjunto com a diagramação sobre diversas formas são exemplos que observamos na análise aqui apresentadas, porém os novos tempos exibem um novo sentido.

#### **4. Conclusão**

Observamos nos trabalhos produzidos na década de 60, uma grande expansão criativa da arte visual. Mesmo com poucos recursos se compararmos com a tecnologia do mundo pós-moderno, a técnica e a criatividade ainda fazem à diferença. Projetos de vanguarda artisticamente concebidos agiram como uma pilastra para firmarmos o conhecimento visual artístico que temos hoje, suas diversas qualidades e conquistas ainda se encontram presentes nos trabalhos produzidos na atualidade.

E visível que em uma época na qual a arte tinha verdadeiro sentido e união com os trabalhos gráficos não mostra a sua vivacidade nos dias de hoje, a racionalização e a falta de sensibilidade são marcas presentes no século XXI. Mas mesmo assim, a história gráfica brasileira está marcada por suas origens artísticas, exibindo em diversos casos uma volta as origens.



## 5. Referências Bibliográficas

CARDOSO, Rafael O Design Brasileiro antes do design. 1 ed. São Paulo: Cosac Naify, 2005.

MELO, Chico Homem O Design Gráfico Brasileiro ANOS 60. 1 ed. São Paulo: Cosac Naify, 2006.

CAMARGO, Mario Gráfica: arte e indústria no Brasil. 2 ed. São Paulo: Bandeirantes Gráfica, 2003.

FIEL, Charlotte & Peter. Design do Século XX. São Paulo: Taschen, 2005.

ESCOREL, Ana Luisa. O Efeito Multiplicador do Design. 2 ed. São Paulo: Senac, 2000.

CANONGIA, Ligia. O legado dos anos 60 e 70. 1 ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar editora, 2005.

LEAL, Joice Joppert. Um olhar sobre o design brasileiro. 1 ed. Joice Joppert Leal. São Paulo: Joice Joppert Leal, 2002.

RIBEIRO, Milton. Planejamento Visual Gráfico. 8 ed. Brasília, LGE Editora, 2003.

ROCHA, Carlos de Sousa e MARCELO, Mário. Design Gráfico Panorâmica das artes gráficas II. 1 ed. Plátano. Lisboa, S.D.

HENDEL, Richard. O Design do Livro. 1 ed. São Paulo, Ateliê Editorial, 2003.

REVISTA O CRUZEIRO Disponível em: <<http://www.memoriaviva.com.br/ocruzeiro/curios.htm>>. Acesso em 03 mai.2007 às 10:32 am.